

淄博烧烤再“翻红” 抓住流量下“大棋”

以烧烤品牌带动城市营销是当下面对的重要课题

赵原雪 淄博报道

淄博烧烤抓住流量 向更长远方向进阶

承接流量的第一梯队，还是烧烤。

今年五一前，淄博就已有不少烧烤店呈现满客状态，牧羊村、正味、日日鲜、灰太狼等热度最高的几家烧烤店更是提前进入“人从众”模式，烟火气再度升腾。

“今年相比去年只多不少。”灰太狼烧烤老板潘小伟表示，随着淄博烧烤集体“出圈”，灰太狼烧烤的招牌也越打越响，不少食客早在假期之前就做好来淄博的打卡攻略，晚餐时间下午不到5点，门里门外就排满了人，自己和员工们一大早就要做好准备，忙到深夜不亦乐乎……

事实上，相比去年的“天降富贵”，今年的淄博已默默做好准备。许多游客反映，不仅门店供应充足，卫生环境、服务配套比去年也有很大提升，在各大网红景区附近也提前做好了引流和疏导。

五一假期，位于淄博市张店区水晶街的正味烧烤更是满客状态，店前停满了外地牌号的车辆。老板娘刘静负责柜台，老板王霜坐镇后厨，许多顾客都认出了这对和淄博一起出圈的“烧烤夫妇”。

“今年客人来得比去年还要早。”尽管做好了充足准备，但新一波流量还是超出了刘静的预期。她告诉记者，整个五一假期，正味烧烤水晶街店上午十点左右开张，到晚上十二点仍旧持续爆满，每天消耗肉串达七八百斤。

从最早位于淄川区洪山镇的小店到如今淄博中心城区繁华街道的旗舰店，经年浇灌品质与深耕经营之道，使得正味烧烤积累了不小的名气。而去年的意外爆红，更是加速提升了正味烧烤面向全国的知名度，许多外地游客将正味列为“来淄博必选的宝藏烧烤店”之一。

今年，刘静、王霜又在淄川区增开了一家直营店，在省外增加了两家加盟店。在外界看来，正味烧烤应借助流量不断开店扩大市场份额，但实际上，这对“烧烤夫妇”在最“热”的时候“冷静”下来，思考如何让现有的烧烤店实现进阶。

去年，刘静夫妇组建了一支专业餐饮经营团队，通过更科学的管理，一方面保证服务质量，另一方面也让店面运营更加高效。与此同时，他们也正着手开辟一条新的赛道：扩展链条，争取上游。

开发正味品牌烧烤料就是其中之一。“我们正在联系第三方检测，产品上市后不仅可供门店商超，还能结合露营烧烤推出旅行装，扩大市场。”刘静告诉记者，蘸料之外，“正味牌”烧烤肉串供应链也逐见雏形，目前已经与几家外地烧烤门店达成合作。

迈出这一步的，不仅是刘静夫妇。

淄博烧烤代表品牌之一的牧羊村，今年就投资了一个大型中央厨房，日均穿肉串可达四五万串，对各个门店实行统一配送，以此保证品质和安全。

不难看出，二次“翻红”的淄博烧烤，正在发生质的变化——具有一定市场基础的烧烤店家，不再满足于热度和话题带来的短暂快感，而是牢牢抓住流量，向更加长远的方向进阶。

陶瓷、琉璃、丝绸 借烟火流量做直播

淄博烧烤为什么会再度“翻红”？

外界的更多解读是，淄博有着与众不同的流量磁场——城市的人文关怀。

一年之间，城市上下齐心协力，以有效市场和有为政府相结合，无论是政策引导，还是

以大批游客又一次集中进入淄博为信号，淄博烧烤“翻红”了。与此前不同的是，对于流量，淄博也有了更新的解读——站在互联网风口讲故事的城市越来越多，“淄博样本”已不再是个例。那么，以老工业城市标签起底的淄博，历经一年洗礼，流量到底将去向何方？这些流量，又会在多大程度上变为城市转型发展的推力？



今年以来，淄博烧烤延续了去年的红火。

自发自行动，淄博都以最顶格的礼遇向外界敞开温暖怀抱，共同开创了“人好物美心齐、共促城市发展”的生动局面。

那么，这一年间，流量去向除了烧烤还去了哪里？

底蕴深厚的工业文化，是流量溢出的重要去向。淄博文化灵魂“三件套”——陶瓷、琉璃、丝绸借助烟火流量再度焕新，一度淹没在时代洪流中的它们，在流量的冲击波下被再度发掘，并不约而同地指向一条流量变现的新赛道——直播电商。

这其中，许多单打独斗的行业者也被流量眷顾。

位于淄博市周村区的汇北绸布庄老板曹务凡就是其中之一。去年10月中旬，汇北绸布庄的抖音号经过一段时间运营，终于正式挂上了小黄车，没有团队、没有话术，仅靠曹务凡出镜讲解，直播间就达到了日均1万点赞量。现在，汇北绸布庄抖音的直播销量，最高能占到整店销量的三分之二。

“淄博的火爆给我们丝绸行业带来了很大信心。”虽身为经销商，但丝绸专业出身的曹务凡坚持自己设计、自己印染，致力于做自有品牌的丝绸布料。

守正需要成本与耐心，一切似乎都是最好的安排。于是，汇北绸布庄的春天来了。

曹务凡说，去年五六月份开始，以往冷清的直播间粉丝数量开始暴涨，越来越多的人开始关注这个藏在小巷里的“宝藏店铺”。“去年他们为淄博热度而来，今年他们为我的丝绸而来。”长久积攒的口碑，让汇北有了稳定的线上客流，也让实体店的生意红

火起来，来自全国各地的粉丝拿着视频来实地逛店。

更让曹务凡震惊的是，其中甚至有苏杭一带的粉丝找他咨询买货。

“淄博的流量让我有机会带火丝绸，也同时提醒我，坚持品质是有回报的。”这是过去一年，曹务凡最大的感受。

除了陶琉丝三件套，多星锅“一锅用三代，三代用不坏”网络热梗的意外走红，更是将淄博盛产“硬核”消费品的判断推至高潮。

“流量为多星电器带来了持续性影响力，更带来了实质性的效益。”山东多星电器有限公司营销副总经理罗磊提供的数据显示，过去一年，多星电器的销量较以往至少增长了20%，增量中很大一部分来自线上订单。

销量之外，多星电器还有两个非常大的改变：以前的消费群体都集中在长江以北，现在则增加了许多南方用户；以往的客户群大多集中在50岁至60岁年龄段，现在直播间粉丝则新增了更多年轻群体。

基于上述两个变化，罗磊认为，这必将为多星电器今后的向外推介带来强大助力。

而借流量东风，多星电器也通过新的直播赛道，向更高销量发起冲击：在加强直播团队运营水平的同时，整合十几个直播间形成强大直播矩阵，直播间正成为多星电器施展的更大舞台。

尽管借助流量获利，但多星电器依旧保持着清醒的认知。

“作为长久使用的家用电器，最终还是要守好品质关。”罗磊告诉记者，如今公司依然在集中力量研发新品，严控质量，多星电器接

下来的目标，是向“全电厨房”的新能源烹饪时代进军。

流量成为新推力 实现城市能级提升

个体冲破认知理念的同时，官方也为淄博品牌的推介付出了积极努力。

比如，去年8月，淄博在济南举办了“好品山东·淄博好物”展销会。在这场被外界定义为“搬家式”的展销会上，涵盖淄博工业、农业、文旅业界的代表产品倾囊出动，许多品牌以“淄博好物”之名集中出圈，在另一座城市引发强大的城市品牌效应。

官方数据显示，2023年，淄博全年实现社会消费品零售总额1418.1亿元，较2019年的1155.8亿元增加了262.3亿元。其中的流量推力，不能忽视。

不过，站在坐拥40个工业行业大类，超3万种工业产品，涵盖化工、医药、智能装备、新材料等整个现代工业体系的角度看，受流量青睐的淄博品牌还是少数，流量带动下实现质变的消费品依然有限。

因此，让流量密码向更多更深层次的领域渗透，形成促进经济社会发展的新推力，并由此实现城市能级的提升，这才是淄博最愿见到的流量归宿。

这也意味着，以烧烤品牌带动城市营销，已成为当前淄博必须思考和面对的重要课题。

那么，淄博“复烤”流量的下一步，究竟该怎么走？

以塑造地域性美食文化IP，带动区域内文旅融合，进而推动城市产业发展，是每个现象级城市爆火后的既定路线。沿着这样的逻辑，流量对淄博文旅产业的带动，或最为有效。

根据淄博几家主要景区与网红地点公布的五一假期成绩单，红叶柿岩景区游客接待量达到12万余人次，连创单日接待客流及营收最高纪录；周村古商城共接待游客30万人；海岱楼单日最高4.43万人；淄博陶琉馆共接待游客近12万人，同比增长52%；八大局便民市场五一假期首日就达到17.7万人；海月龙宫烧烤体验地日进场人数最高达到4万余人……

以淄博文旅产业大区博山为例，从工业历史资源入手，推动陶瓷琉璃从工业产业向文化产业转型，以保护性开发古窑址、老厂房所打造的颜神古镇景区为例，让古老遗存与崭新业态共生，博山实现了“工业+旅游”的融合蝶变。

尽管数据翻红，但市场也不乏一类声音：凭借烧烤流量，淄博文旅吸引了很多游客，但他们仅将目光放在特定景区和网红打卡点，很难融入淄博整座城市，自然无法看到淄博的其他亮点。

事实是，站在上述思考的逻辑上，淄博也有应对之策。

比如，市级层面，淄博就统筹文旅、商务、市场监管等30余个部门和单位，建立了由4位副市长任总召集人的淄博文旅高质量发展联席会议机制，将工作具体化、项目化、责任化、高效化，齐抓并行，意在进一步夯实文旅产业发展基础。

再比如，区县层面，博山区出台《2024年文旅产业建圈强链行动方案》和《2024年文旅行业管理服务大提升行动方案》，涵盖酒店民宿、文旅康养、人文体验、景区提升、宣传推广等多个方面，直指文旅全产业链的各个环节。

显然，一年流量的涤荡，也是一次思想和思路的洗礼。

烧烤之外，陶琉丝、食品、农品、智能装备、新材料、新医药……所有印证淄博优质、诚信、热情、守正种城市品质的星光，也正在用实际行动争取外界的关注与认可。

再度来袭的流量，将在更大程度上更深层地改变淄博。

免疫球蛋白羊奶粉4盒198元

中老年营养配方，奶源好，无膻味，营养更高、吸收更好

中老年朋友喝羊奶健康益处多，免疫球蛋白羊奶粉，除膻技术，还特别加入初乳粉0.4g/100g。初乳粉中免疫球蛋白(IgG)≥15%，本产品免疫球蛋白(IgG)添加量≥60000μg/100g。

奶源好：羊奶来自中国羊奶之都—陕西生态牧场，使用生羊乳作为原料，低温蒸发、恒温出料，奶源安全品质有保障。**营养高：**羊奶富含多种维生素及钙铁锌硒多种微量元素，营养价值很高。**配方强：**含有人体所需的多种维生素、硒、益生菌等。**吸收好：**羊奶分子结构更小，吸收率高。**奶味醇：**运用先进的羊奶脱膻技术，有良好的口感，使羊奶奶味更香浓，奶香更纯正。

商品编号：110080 品名：神草林富硒活性益生菌免疫球蛋白羊奶粉 规格(约)：25克/条×12条/盒 会员价：99元/盒 促销：198元/4盒

银发无忧

400-102-1673

济南市市中区经四路3号振华商厦4层 银发无忧(原人民商场)

